

Revista de Produção Editorial

periodicos.ufsm.br/gutenberg
gutenberg@ufsm.br
Acesso aberto

Gutenberg - Revista de Produção Editorial, Santa Maria, RS, Brasil, v. 2, n. 2, p. 58-73, 2022.
Dossiê temático: Estudos Editoriais na América Latina.
Submissão: 09/05/2022 • Aprovação: 26/08/2022 • Publicação: 22/12/2022

Artigo

Una lectura del mercado editorial argentino en Babel - revista de libros (1988-1990)

Uma leitura do mercado editorial argentino da Babel - revista de livros (1988-1990)

A reading of the Argentinian publishing market of Babel - book magazine (1988-1990)

Matias Maggio-Ramírez [I]

[I] Universidad Nacional de Tres de Febrero, Sáenz Peña, Provincia de Buenos Aires, Argentina

RESUMEN

El objetivo del artículo es analizar en la sección “Tráfico. Una tribuna para los mercaderes”, que se publicó en Babel, revista de libros entre 1988 y 1990, cómo los editores y libreros se pensaron a sí mismos en un contexto de crisis económica y de mutaciones de los hábitos lectores. Al indagar sobre los cambio del sector editorial se ahondarán en el análisis que los redactores de la columna hicieron del pasado reciente del mundo del libro, con especial énfasis en la pérdida de mercados externos hispanoamericanos, los hábitos de compra del público, las dinámicas en la comercialización del libro, la emergencia de nuevos contenidos y textualidades, y la situación de las artes gráficas en el país. Los actores, desde distintas perspectivas, cerraron una etapa del mundo del libro tal como lo conocieron.

Palabras clave: Mercado editorial, Historia del libro, Babel

RESUMO

O objetivo deste artigo é analisar a seção "Tráfico. Una tribuna para los mercaderes" que foi publicada na Babel, revista de livros entre 1988 e 1990, como editores e livreiros pensavam em si mesmos em um contexto de crise econômica e mudanças nos hábitos dos leitores. Investigando as mudanças no setor editorial, aprofundaremos a análise que os editores da coluna fizeram sobre o passado recente do mundo do livro, com especial ênfase na perda dos mercados estrangeiros latino-americanos, nos hábitos de compra do público, na dinâmica do marketing do livro, no surgimento de novos conteúdos e textualidades, e na situação das artes gráficas no país. Os atores, de diferentes perspectivas, fecharam uma etapa do mundo do livro como o conheciam.

Palavras-chave: Mercado editorial; História do livro; Babel

ABSTRACT

The aim of this article is to analyze in the section “Trafico. Una tribuna para los mercaderes”, which was published in *Babel, revista de libros* between 1988 and 1990, how publishers and booksellers thought of themselves in a context of economic crisis and changes in readers’ habits. Inquiring into the changes in the publishing sector,

we will delve into the analysis that the column's editors made of the recent past of the book world, with special emphasis on the loss of Latin American foreign markets, the buyin g habits of the public, the dynamics in the commercialization of books, the emergence of new contents and textualities, and the situation of the graphic arts in the country. The actors, from different perspectives, closed a stage of the book world as they knew it.

Keywords: Book market, History of the book, Babel.

1 BABEL Y EL MERCADO EDITORIAL NARRADO DESDE DENTRO

En abril de 1988 se publicó el primer número de *Babel, revista de libros* en la ciudad de Buenos Aires, donde las librerías de la avenida Corrientes cerraban después de medianoche los viernes y sábados.[1] La aparición de la revista era necesaria en los kioscos para que oficiara como una guía para los perplejos lectores, porque como sostuvo Martín Caparrós -uno de sus directores junto con Jorge Dorio-, "[h]acía quince años que no había en la Argentina una revista de libros. *Los libros* había desaparecido a principios de los setenta, engullida por la política, y desde entonces los suplementos culturales se habían hecho cargo de la crítica. Mal, pero poco. Y las revistas literarias periclitaban sin remisión al tercer número" (Caparrós, 1993, p. 526). Al cuestionar la tradición literaria de las revistas y al insertarse en la tradición de la revista *Los Libros,* los artículos de *Babel* oficiaban como prescriptores de lecturas en favor de las librerías. La revista *Los Libros,* en la que *Babel* se referenciaba, tuvo como subtítulo hasta el número 21 la leyenda: "Un mes de publicaciones en América Latina" y que cambió con la gestión editorial en el número siguiente a "Por una crítica política de la cultura".

El objetivo del artículo es analizar cómo los editores y libreros se pensaron a sí mismos en un contexto de crisis económica y de mutaciones de los hábitos lectores. Al indagar sobre los cambio del sector editorial se ahondará en el análisis que los redactores de la columna "Tráficos. Una tribuna para los mercaderes" hicieron del pasado reciente del mundo del libro, con especial énfasis en la pérdida de mercados externos hispanoamericanos, los hábitos de compra del público, las dinámicas en la comercialización del libro, la emergencia de nuevos contenidos, y la situación de las artes gráficas en el país.

Desde la historia de la cultura impresa, principalmente a partir de los lineamientos propuestos por Roger Chatier (1994), se trabajará la interrelación del texto, su materialidad y los lectores para comprender cómo el mercado editorial pensó los distintos eslabones de la cadena de valor del libro. Desde la sociología de la cultura, los aportes de Pierre Bourdieu (2011) se tomarán para comprender el mercado de los bienes simbólicos y sus lógicas económicas. En ellas se reconocía dos ciclos, el de producción larga, centrado en la acumulación de capital simbólico, sin que prevalezca una lógica comercial al apostar en generar conversaciones a futuro; en el que un libro se sostiene en el tiempo con escasas ventas. Por el otro lado, el ciclo de producción corto responde a editar en función a una demanda preexistente, por lo que se minimizan los riesgos. En esa lógica se tiende a convertir

1 La investigación pudo llevarse adelante gracias al enorme trabajo de digitalización de la revista *Babel* que hizo el Archivo Histórico de Revistas Argentinas, www.ahira.com.ar

los "bienes culturales en un comercio como los demás, otorgan la prioridad a la difusión, al éxito inmediato y temporal, valorado por ejemplo en la función de la tirada, y se limitan a ajustarse a la demanda preexistente de la clientela" (Bourdieu, 2011, p. 214). La tensión entre los polos estaba presente tanto en la columna de los mercaderes como en las reseñas. En *Babel* se cuestionaba el éxito comercial de nuevos géneros y escrituras, como la autoayuda y la literatura de Osvaldo Soriano; y se apoyaban las apuestas editoriales sin red.

Los primeros seis números de la revista fueron publicados por la Cooperativa de Periodistas Independientes Ltd., que también gestionaba la revista *El porteño,* y los siguientes se editaron bajo el auspicio de la editorial *Puntosur.* En la gestión de la revista, además de los directores, el cargo de secretario o jefe de redacción fue ocupado en distintos números por Guillermo Saavedra, María Moreno, Salvador Pazos, Christian Ferrer y Eduardo Mileo. Las firmas en las colaboraciones y reseñas fue de lo más variopinta: Luis Chitarroni, Jorge Warley, Horacio González, Daniel Guebel, Daniel Link, Renata Rocco-Cuzzi, Graciela Montaldo, Sergio Chejfec, Elena Massat, Ricardo Ibarlucía, Nicolás Casullo, Christian Ferrer, Analía Reale y Hebe Clementi, entre tantas otras firmas que dejaron su aporte en la publicación.

Babel, revista de libros fue un territorio de disputas al interior del campo literario y por lo tanto fue analizado con ahínco desde la crítica cultural y literaria. En las reseñas y artículos se tomaba partido por distintos temas gracias a la pluma, a veces irónica, de quién la firmaba como cuando en su último número C. E. Feilling (1991) fustigó el éxito de Osvaldo Soriano en la reseña de *Una sombra ya pronto serás.* En ese gesto confirmaba la crítica que Trini Vergara (1989) hacía de los escritores que se vanagloriaban de ser apañados por la crítica, como único público lector, mientras que sus libros no pasaban por la caja registradora.

Entre los múltiples estudios sobre la revista, se destaca la investigación de Roxana Patiño (2006) que encontró que *Babel* era una revista que en su puesta en escena se dirigía al mercado pero que en los textos apelaba a los lectores de su tribu. La publicación se definía como "una revista de vanguardia estética" y que continuaba con los discursos críticos que los principales redactores ya habían desarrollado en la redacción de *Tiempo Cultura*, el suplemento cultural del diario *Tiempo Argentino* (1982-1986). Durante la dictadura, ante la falta de espacios en los suplementos culturales, los intereses de la vanguardia literaria solo habían circulado por revistas literarias que no eran registradas por la censura de los años setenta. *Babel* realizaba una puesta al día del pensamiento contemporáneo y continuaba la instancia modernizadora de los suplementos culturales. Luz Rodríguez-Carranza (1992) fue una de las primeras en analizar la revista al poco tiempo que dejara de publicarse. De manera sagaz prestó atención al interés que tuvieron los babélicos por la traducción. En la revista se vislumbraban los ataques que tenían como blanco a los "traductores españoles [...] Critican sobre todo la política de edición avalancha de las editoriales españolas, que las obliga a publicar traducciones rápidas, hechas por no especialistas, y a venderlas en culturas diferentes" (p. 29). Por ejemplo, destacan la traducción de las *Cartas filosóficas* de Voltaire, que fueron traducidas y prologadas por Fernando Savater pero en una "versión magnífica, no exenta de los caprichos del habla de la metrópoli" (Babel, n.º 5, p. 39); pero cuando el

original y la traducción son malos, el habla madrileña se vuelve insoportable". Rodríguez-Carranza puso la lupa en que los cuestionamientos a las traducciones españolas, se pueden anudar con las añoranzas de los editores y libreros sobre el rol que perdió Argentina en la exportación de libros para América y España.

2 DE 8 A 35.000 AUSTRALES

Para graficar el proceso hiperinflacionario en el que se publicó la revista entre 1988 y 1991, Adriana Astutti (2013) indicó el valor del primer número en 8 austral y del último en 35.000. A esa variable hay que sumarle que la revista salió de la imprenta en tiempos de la recuperación de la democracia y el inicio de su consolidación, aunque no sin varios sobresaltos para la vida política. El triunfo de Raúl Alfonsín en las elección del 30 de octubre de 1983 marcó un hito en la historia del país para el retorno de la democracia a partir de su asunción al poder el 10 de diciembre de ese mismo año. El problema de la economía no fue fácil de resolver. En junio de 1985 el nuevo ministro de hacienda, Juan Sourrouille llevó adelante un programa económico que implicó el congelamiento de todos los precios de la economía, la desindexación de los contratos para detener la inercia inflacionaria e instauró el Austral como nueva moneda (Novaro, 2010, p. 207). El Fondo Monetario Internacional (FMI), apoyó con nuevos créditos –por lo que se incrementó la deuda externa-, pero en el flanco interno el peronismo en la oposición se opuso al plan Austral, intentó declararlo inconstitucional y avaló los paros generales que llevó adelante la Confederación General de Trabajo (CGT). El programa de Sourrouille frenó la inflación, momentáneamente, y en el plano político, se concluyó el juicio a la cúpula militar de la última dictadura en diciembre del 1985 con una condena a reclusión perpetua a los ex comandantes. En 1987 el alzamiento carapintada contra el poder civil fue desactivado por la promesa de una ley de obediencia debida para aplacar los juicios en contra de los militares por su rol durante la dictadura. En ese clima enrarecido la economía mostraba sus grietas, la inflación tomaba carrera por lo que se anunció en agosto de 1988 el Plan Primavera cuando el país ya había dejado de pagar sus compromisos externos. En diciembre otro motín en Villa Martelli sumaba más inestabilidad.

El peso de la deuda externa determinó la capacidad política y no favoreció el crecimiento. El estacamiento de la economía fue tal que a finales del "siglo XX la riqueza generada por cada argentino era igual a la de 1974" (Rougier, 2012, p. 173) gracias a las recesiones recurrentes y crisis, entre las que se destaca la ocurrida entre 1988 y 1990 en el período en que se publicó la revista Babel. Marcelo Rougier sintetizó el clima económico de época en pocas líneas:

> El denominado Plan Primavera, en agosto de 1988, reflejó la incapacidad de maniobra de la política económica jaqueada por las demandas políticas y sectoriales. El FMI no respaldó el plan y el Banco Mundial, que lo había apoyado inicialmente, suspendió las entregas previstas; ése fue el detonante para el inicio de una "corrida" contra el peso y posteriormente una retirada masiva de

> depósitos en dólares del sistema bancario. [...] Los acuerdos sobre los precios se desintegraron y la inflación alcanzó el 300 por ciento en la última semana de julio, en el marco de una puja despiadada por la distribución del ingreso entre los sectores más poderosos y la pulverización del salario real, que se redujo a sólo el 24 por ciento de su magnitud promedio anterior" (Rougier, 2012, p. 195-196)

Babel en abril de 1988 costaba 8 australes y en julio de 1989 ya tenía un valor de venta al público de 550. Ese mes en el número 10 de la revista se publicó en la sección Sucesos Argentinos, bajo el subtítulo "Editores capeando el temporal" que los sellos Aguilar, Planeta, Sudamericana, Javier Vergara y Zavalía habían creado un índice de ajuste de valores. En sintonía con lo que sucedía en la justicia que tenía el JUS, en las prestaciones médicas el Galeno y el UCS en las compañías de seguro, el mundo del libro forjó su Unidad del Libro (UL) que prometían sería actualizado semanalmente y se informaría a la prensa su valor como una acción para buscar eliminar los aumentos y especulaciones por la inflación y el dólar; se solucionan los problemas por la falta de listas de precios actualizados, las dificultades de comunicación y, principalmente, con los libreros del interior. El texto cerraba con la certeza que "el librero tendrá con el valor del UL, el precio real de venta de cada libro" (Sucesos Argentinos, 1989, p. 7). Es decir, el Austral fue reemplazado como moneda de cambio. El libro costaba una cantidad determinada de UL que se multiplicaba por el valor del mismo.

La llegada de Carlos Menem al gobierno nacional y su primer programa de gobierno centrado en un enfoque neoliberal pero llamado en clave criolla como "economía popular de mercado" no tuvo mayores éxitos. Según Marcelo Rougier (2012, p. 196), el programa era similar al Plan Austral al apostar por "la fijación del tipo de cambio, acuerdos de precios con los empresarios y pautas para los aumentos salariales". Los resultados fueron los mismos que obtuvo el gobierno anterior, "un masivo drenaje de divisas y la posterior megadevaluación del tipo de cambio". El cambio de ministro de economía buscó evitar la corrida bancaria e implementó un canje forzado de los ahorros en plazo fijo por deuda pública en la que perdieron los ahorristas, y durante los primeros meses de 1990 se disparó nuevamente un proceso hiperinflacionario y una nueva corrida cambiaria en 1991, mientras se iniciaba el proceso de privatización de las empresas del Estado. La Unidad de Libro ya se actualizaba por día, y según testigos de la época informaron que hasta más de una vez en el día en pleno proceso hiperinflacionario y el valor de Babel llegó a los 35.000 australes.

La renuncia de Erman González y la asunción de Domingo Cavallo como ministro de economía marcó el comienzo del Plan de Convertibilidad, por el cuál mediante una ley se establecía la relación uno a uno del peso con el dólar, que marcaría la década hasta la crisis económica entre 1999 y 2002, con el estallido popular de diciembre del 2001 (Rougier, 2012). En ese panorama la revista sobre libros se enorgullecía en la tapa de contarle a sus lectores sobre aquellos libros que no podrían comprar.

3 "TRÁFICO. UNA TRIBUNA PARA LOS MERCADERES" (EN CRISIS)

La sección que se analizó presentó, en sus distintas firmas, la situación de crisis y bisagra del mercado editorial. Divinsky (1988, p. 6) comenzó en *Babel* a narrar su historia editorial, y saludó que por fin se considere a los editores dignos de ingresar "al reino de los cielos" al ser incluidos en una revista que si bien no era literaria hablaba sobre libros.

En todas las catorce intervenciones de editores y libreros, la palabra crisis es casi una constante a la hora de definir en mercado editorial. Juano Villafañe (1989, p. 6), de la librería Liber/Arte, comentó que "hablar del libro en tiempos de profunda crisis económica, de marginación sociocultural y desarticulación de los circuitos de producción y difusión del quehacer intelectual, puede parecer un despropósito" pero aún en ese contexto cada mes de abril comenzaba la Feria del Libro de Buenos Aires. La editora Trini Vergara (1989, p. 6) encontró un tópico recurrente en el mes de la Feria como la crisis del sector. Reconocía que había quejas justas, que "nadie puede negar que la industria editorial sufre con el desastre económico y los controles estatales irracionales; otras, como el caso de la TV y los videos, son de dudosa comprobación". Para la editora, que en ese momento se desempeñaba en el sello familiar Javier Vergara, el principal problema era la forma pobre y provinciana de entender la práctica profesional que impedía una mayor expansión del mercado editorial. Vergara cuestionaba al editor que olvidaba que su trabajo era hacer un buen negocio con las letras y no solo presentarse como "señores respetables y geniales que descubren autores y transmiten cultura" que le piden disculpas a la literatura cuando publican un *best seller.* Esta postura, que mira con desdén el libro como mercancía, también estaba para Vergara presente en el discurso de los autores que se enorgullecen de no vender mucho, y en los libreros que presionan en contra de la venta de libros en los supermercados. José Luis Retes, editor y librero de Fausto, fue una de las pocas voces que apoyaron la propuesta para que el libro encuentre otros lugares de comercialización, en espacios que hasta hace poco tiempo resultaban impensables como "supermercados, kioskos, drugstores, shoppings- en todos los lugares donde sea posible, en fin – facilita que el libro se visualice como un objeto cotidiano, sin la sacralidad contraproducente que la cultura -entre comillas- le impone, alejándolo de la gente que no está demasiado familiarizada con la lectura" (1989, p. 6). De esta manera, si el libro sale al encuentro del lector tal vez habría un mayor público.

El diagnóstico de Trini Vergara era simple, "los editores no son suficientemente empresarios, no son suficientemente innovadores". En tiempos de incertidumbre, Vergara apostaba no sólo a la creación de nuevas líneas editoriales sino a "nuevas formas de presentar los libros, de venderlos, de publicitar, competir, explorar mercados exteriores, asociarse a empresas complementarias y de acercarse a un público ávido de todo tipo de libros" (Vergara, 1989, p. 6).

La crisis del libro tuvo para los actores del sector distintas causas concurrentes como la pérdida de mercados externos, que evidenciaba un mercado interno reducido, la baja calidad de los productos gráficos -por el atraso de la maquinaria del sector-, y los costos

abusivos del papel por contar con una alta carga impositiva. También le sumaron los cambios de hábitos del público -que implicó cambios en la gestión de las librerías-, y cómo frente a la crisis económica se evitaba apostar por nuevos autores. En cambio, se publicaba aquello que se creía respondía a una demanda preexistente como la investigación periodística en auge a finales de la década. Frente a este panorama, el intrépido editor del sello De la Flor se preguntó: "¿Qué industria decide la fabricación de un producto del que sabe, desde un principio, que es imposible que cubra sus costos? Alguna vez Quino, Eco, Fontanarrosa y García Márquez fueron inéditos por quienes alguien apostó" (Divinsky, 1988, p. 6).

3.1 Exportar libros, ya no más.

La primera intervención en la sección "Tráfico", fue firmada por Horacio García que era librero de Premier, editor del sello Catálogos y distribuidor. El título de su intervención era elocuente: "La industria editorial: una crisis más". La disminución sostenida de las exportaciones de libros fue uno de los tópicos que se abordaron en *Babel* con tintes nostálgicos, tal vez por ser testigos del fin de una etapa y que ya no había posibilidad de remontar la crisis del sector para retomar el lugar perdido en el mercado. En la perspectiva de García, hasta comienzos de la década del 70

> Argentina era un polo editorial importante de habla hispana, nuestros libros se exportaban al resto de Latinoamérica y España, se traducían y editaban los autores más importantes de otras lenguas y los autores de otros países hispanohablantes consideraban una consagración el ser publicados por algunas de las editoriales líderes (García, 1988, p. 6)

La exportación de libros argentinos a hispanoamérica, por la retirada de España del mercado librero desde 1936 por la guerra civil y la posterior censura franquista, fue un gran aliciente para incrementar las cuentas locales hasta la década del setenta. El golpe de 1976, escribe el librero y editor de Catálogos, generó que intelectuales y personas activas en el mundo editorial se exiliara en México y España; además que el proceso de sobrevaluación de la moneda local hizo imposible la exportación a hispanoamérica, por lo que cada vez más las ventas se centraron en el público interno.

La clientela de las librerías porteñas también añoraban los años pasados aunque sin conocer los pormenores del mundo del libro. El librero de Gandhi y antiguo editor de Folios, Elvio Vitali, publicó una pequeña anécdota. En tanto mediador cultural estaba acostumbrado a escuchar "quejas culturales" hasta que un cliente y amigo cuestionó la oferta de libros que se exhibía por considerarla un "catálogo de saber ajeno"; porque solo se podían consultar de prestado, dado el inaccesible precio de venta que tenían los títulos publicados en el extranjero. La respuesta de Vitali (1988, p. 6) fue contundente: ese catálogo del saber ajeno "fueron libros que encontraron una primera edición a través de editoriales argentinas" y sin pretender una reinvindicación en tono nostálgico sostuvo que no era "conveniente desconocer un pasado rico en experiencias e imaginación". En mayo de 1988, recordó que el año anterior la Argentina había importado más libros españoles que México, Colombia y Venezuela juntos. El lector ficcional en la librería Gandhi, al filo de la noche y ya cerca

del cierre, le espetó al librero que "Los editores argentinos parecen dueños de quioscos, no editan catálogos hace años, pierden derechos importantes, desprecian generalmente el saber intelectual, y hasta creen que el público argentino tiene alguna especie de disminución cerebral". Ante tales cuestionamientos, el librero replicó: "No creas, no es tan así; recuperar la confianza, la audacia, no es fácil para un sector como el nuestro que fue duramente golpeado". En el mismo número de la revista, en la sección "Lector in mundo" a cargo de Guillermo Schavelzon (1988, p. 33), que había oficiado como editor responsable de la revista *Los Libros* desde número 1 de 1969 hasta el número 20 de junio de 1971, se recuperaron los datos, tomados de la revista LEA de la Cámara Argentina del Libro, que que marcaban los golpes que había sufrido el mercado editorial argentino. En 1974 se publicaron 4906 títulos, con un tiraje promedio de 10.118 ejemplares por título y en 1987 disminuyó la cantidad de títulos publicados (4111) y la cantidad de ejemplares promedio impresos por cada título (2899). La reducción de títulos y ejemplares tuvo su correlato con las exportaciones, ya que en 1977 se vendieron al exterior 103 millones de dólares en libros y 10 años después fueron solo 12 millones. José Luis Retes (1989, p. 6), recordó en su intervención que hubo

> una época en que las editoriales argentinas nutrían las flacas vidrieras españolas, en que se editaban autores -digamos Colette, Céline, Hammett, Hemingway, Albert Cohen, Evelyn Waugh, tantos más- que ahora se editan en España y llegan aquí a precios inalcanzables. Proust y Freud fueron editados en castellano, por primera vez, en nuestro país y, desde aquí, se dieron a conocer en España y en el resto de América. El catálogo de Losada, el de Fabril, el de Siglo Veinte, el de Emecé, el de Sudamericana y el de muchas otras editoriales eran una fiesta. Por supuesto, hay mil explicaciones: la historia, entonces, estaba de nuestro lado.

La lista de autores propuesta por Retes no es exhaustiva, así como tampoco las editoriales cuyos catálogos nutrieron a los sellos españoles en el reverdecer editorial en los años setenta cuando la dictadura pisaba las letras en Argentina y se abrían nuevos tiempos del otro lado del Atlántico (Maggio-Ramírez, 2016).

El diagnóstico de García, Vitali y Schavelzon, coincidió con el que unos números más adelante escribió Paco Poblet sobre el descenso en la publicación de títulos: "se publican muchos menos libros que otros años, con tirajes muchos menores, con calidad técnica mucho peor, con venta promedio mucho menor, pero, eso sí, con muchas más erratas".

3.2 Las artes gráficas y la materialidad del objeto

El retorno de la democracia prometía un panorama alentador ante el fin de la censura pero "al mismo tiempo, se han perdido derechos, nuestra tecnología está atrasada, el papel es más caro y de peor calidad que el de nuestros competidores" (García, 1988, p. 6). A comienzos de la década del ochenta hubo un reverdecer del mercado interno, que buscaba la actualización bibliográfica y la literatura que no había circulado en los tiempos de la dictadura. En 1988 el diagnóstico era pesimista porque había disminuido el mercado interno, la tecnología seguía atrasada y el papel era caro. Solo le favorecía a los editores locales el elevado valor de los libros españoles, por la depreciación del Austral, que les permitía

competir por precios pero no así ante los ejemplares que llegaban de Chile o México. Para García la respuesta a estos dilemas estaba con la posibilidad de contar con papel de buena calidad a valores competitivos en el mercado internacional. También con la actualización de las "artes gráficas" y, con especial énfasis, destacó que su principal preocupación estaba en el achicamiento del mercado interno. Los sobresaltos del dólar, según Retes, hacían imposible la compra de papel por los gravámenes que iban entre el 40 y 47%. Los altos costos de la materialidad del impreso complicaba competir en mercados externos. El librero y editor propuso que se eliminen los aranceles al papel para que así bajen los costos de producción y que mediante un sistema de promoción especial a las exportaciones se fomente la venta a los distintos mercados hispanoparlantes. La industria gráfica necesitaba la modernización de su equipamiento.

La edición artesanal, tanto de la revista como del sello editorial *Último Reino* de Gustavo Margulies y Víctor Redondo, presentó otra faceta de las artes gráficas en una escala más modesta; principalmente por el tipo de contenido que publicaban: poesía. Los editores alquilaron una carnicería con ganchería incluida donde pudieron desarrollar trabajos de composición y armado para distintas editoriales y para el sindicato de prensa, que no les pagó el papel, la impresión y encuadernación de dos boletines que casi los llevan a fundirse económicamente, a pesar que publicaban con pocos errores, eran prolijos y baratos; según recordó Redondo (1989). La gráfica artesanal les brindó a los poetas la posibilidad de abaratar costos y mejorar la rentabilidad de su proyecto editorial al punto que con modestia les alcazaba para vivir. Redondo comentó las distintas instancias del proyecto de edición artesanal y recordó:

> En el Ejército de Salvación compramos un enorme mueble que transformamos en dos mesas de armado, y un escritorio paquidérmico. Al tiempo nos ofrecen otra máquina, usada. Pedimos plata prestada y la compramos. Nos ayudaron mucho. No sé por qué, pero causábamos simpatía. Estábamos locos pero felices, haciendo algo que se nos escapaba de las manos, parecía que todo dependía de esperar y seguir trabajando 18 horas diarias. Fuimos teniendo más trabajo. Con ese dinero vivíamos y editábamos la revista. Esa revista era el fruto del trabajo de los directores y de la inteligencia del consejo de redacción. Fuimos editando libros sin darnos cuenta. Se fueron acercando los buenísimos poetas que tiene nuestro país. Seguimos editando. (Redondo, 1989)

La edición de poesía, en palabras de Redondo, había "logrado acrecentar su prestigio. Un prestigio inútil, es cierto, pues el círculo de lectores es ínfimo en términos cuantitativos", aunque los lectores, no eran mucho más que los mismos escritores de poesía.

3.3 El público

El diagnóstico sobre el público lector en Argentina, en especial en Buenos Aires, fue que era un comprador ocasional que asistía a la Feria del Libro de Buenos Aires donde encontraba la misma oferta que en las librerías, pero no sostenía sus hábitos de compra en el tiempo en las múltiples librerías de la ciudad. García (1988, p. 6), esgrimió que "todos los sectores vinculados a la industria editorial se propongan una campaña de difusión del libro

y la lectura" para que el libro sea un objeto común en la vida cotidiana y para propiciar la lectura de libros infantiles para evitar una futura crisis más profunda que la vivió a finales de los años ochenta. Esta postura era avalada en otras intervenciones de la sección, como lo hizo José Luis Retes. Pero para que el público asista a las librerías era necesaria su adecuación a los nuevos tiempos.

3.4 La comercialización del libro

Para convocar al lector que parecía esquivo a visitar las librerías durante todo el año, el librero Paco Poblet escribió sobre la transformación de la librería *Clásica y Moderna* por causa de la crisis del libro. El diagnóstico del librero hizo hincapié en que cada eslabón de la cadena de valor del libro solo cuida sus intereses sin importarle el resto. Por lo que la librería tuvo que acatar decisiones económico-financiero-comerciales tomadas por las editoriales, sin tener mucho espacio para cuestionarlas y sin que el Estado apruebe una normativa que regule el sector.

La librería Clásica y Moderna tenía 72 años de antigüedad en 1988, de los cuales 29 estuvo a cargo de Paco Poblet y en los últimos 8 años compartió la dirección con su hermana Natu. La dilatada trayectoria en la librería puso de manifiesto una faceta de la sociabilidad literaria en las presentaciones de libros. El librero ironizaba sobre si se había quedado sin amigos o ya no se hacían presentaciones de libros, tal vez porque se publica cada vez menos. Entonces, para generar más tránsito de público en la librería, se remodeló el local para ampliar los servicios, como cursos, presentaciones de libros, biblioteca circulante; que ya brindaba a sus clientes. El espacio se modificó para dar cabida a "una cafetería y a un *shopping* donde poder ofrecer toda una variedad de objetos de buen diseño, más revistas y papelería importada, más sectores para la venta de libros en inglés y francés y también *best sellers*, más lugares para exposición de obras de arte, más muchas cosas más que deseamos y queremos realizar" (Poblet, 1988, p. 6) El librero tenía mucho para contar, lamentaba haber alcanzado el límite de caracteres por lo que invitaba a seguir el diálogo con los lectores de *Babel* en su librería. Una vez más, Poblet ponía en evidencia la necesidad imperiosa de generar tránsito por su local que estaba en plena mutación a espacio cultural.

Pocas librerías quedaban en Buenos Aires a finales de la década del ochenta como Resio y Huemul donde el librero tenía a sus espaldas una estantería de piso a techo con los libros y estaba separado del cliente por un mostrador. Esa disposición del mobiliario implicaba que quien entraba sabía que iba a buscar, por lo que la instancia de prescripción y diálogo se desarrollaba mayormente en el ámbito de la cultura impresa de la crítica literaria que se publicaba en los suplementos culturales de la prensa.

Las librerías, ya desde la restauración democrática, buscaban ofrecer su espacio como una estrategia para ganar clientes. Por ejemplo, el foro Gandhi-Nueva Sociedad donde se desarrollaban ciclos de cine, teatro, mesas redondas y cursos. Las mesas de discusión, también eran prácticas usuales en los espacios comerciales como la que se desarrolló sobre "La crisis del libro y la industria editorial" en la librería Liber/Arte, según el anuncio en *Babel*.

Daniel Divinsky (1988), que se reconocía heredero de Jorge Álvarez por el criterio curatorial del sello De la Flor, comentó los cambios de hábitos de los lectores. En tiempos de crisis ya no compraban libros de manera compulsiva sino de forma meditada, de acuerdo a una evaluación previa. Si en los años sesenta la novedad era un valor que justificaba la compra del libro "para ver de qué se trata", en los ochentas se llega al libro si era "avalado por referencias y/o publicidad abundante." Este cambio en la sobrevaloración de la prescripción hacía que un título nuevo venda entre 100 y 200 ejemplares en los primeros dos meses luego de su lanzamiento.

José Luis Retes (1989, p. 6) no exento de melancolía, en sintonía con Divinsky, recordó que hubo "una época en que entrar en las librerías, mirar libros, llevárselos y volver a la semana siguiente por más, era cosa habitual". La crisis económica transformó el libro en un objeto suntuario y por lo tanto también se retrajeron las tiradas de los títulos de autores nóveles o de experimentación pero le deja espacio a aquellos títulos de "pronóstico seguro".

Las ofertas, eran el refugio de los lectores frente a los aumentos de precios y las fotocopias, que hicieron su llegada al mundo del cultura impresa desde mediados de la década del ochenta, y eran elegidas por los estudiantes. La crítica que le hizo Retes apuntó a que ese público que antes compraba el libro ahora elegía "un saber puntual, descontextualizado, necesariamente empobrecido. No resulta llamativo, entonces –pero sí igualmente penoso -, que la gente se aleje de los libros ... aunque quizás habría que decir que es el libro el que se aleja de la gente y muy a pesar suyo". La propuesta del librero y editor era una legislación que desaliente la reprografía con severidad "y la convirtiera en un riesgo para quienes incurren en ella".

Retes se preocupaba por la ausencia del libro en los medios sin que por ello se claudicara en contar con un "acercamiento vivo, inteligente, atractivo que muestre al libro abierto, sin solemnidades en contra, propiciaría los hábitos de lectura", a la vez que también solicitaba que se apoye la tarea de las bibliotecas para que actualicen sus fondos bibliográficos.

Daniel Anajovich y Ricardo Morales Álvarez (1989, p. 6) retomaron en su intervención las lecciones que Antonio Mas Esteve dictó en una jornada de capacitación en las Cuartas Jornadas de Profesionales en la Feria del Libro de Buenos Aires. Mas Esteve, estuvo a cargo de la librería Crisol en Madrid, y su conferencia abordó la planificación y gestión de las librerías, que fue resumida por los libreros de Prometeo. Entre los principales aspectos que destacaron se encontraba la tendencia a la supervivencia en el futuro de las librerías especializadas y las grandes, en desmedro de las intermedias sin un carácter definido. Para ello había que tener en cuenta la ubicación geográfica y los distintos perfiles de los lectores potenciales, analizar la competencia, evaluar el diseño de la librería como espacio distinto a otro tipo de comercio y contar con personal capacitado. El rol del librero implicaba contar con "buen trato y respeto por el público" en tanto era el eje principal para una "librería moderna". Se entendía por tal a aquellas que contaban con revistas, y música; pero principalmente con un librero que busque con la clientela la "desmistificación del libro" y con computadoras que tengan el catálogo a la venta y su ubicación frente al crecimiento de títulos por la segmentación del

público. En ese punto concordaban con Villafañe (1989, p. 6) que buscaba que el libro deje de verse como "un objeto estático, [ya que] las librerías tienden a expresarse como museos o vitrinas de productos muchas veces inaccesibles para todo un público que históricamente tuvo un alto poder de consumo"

Anajovich y Morales insertaron su práctica profesional en el paradigma descripto por Antonio Mas Esteve. La librería Prometeo, que para 1989 ya había cumplido seis años, se había mudado para tener "más superficie, más libros, exhibición, luminosidad" y había crecido también su sección de Historia y Ciencias Sociales. Los libreros en Buenos Aires seguían los consejos del madrileño, para fomentar su recorte temático pero también regional, ya que hacían todo lo posible para reunir bibliografía impresa en América sobre los temas de su especialidad. La curaduría del material se hacía en un "diálogo fluido y constructivo con los docentes e investigadores" para establecerse como un referente en el área. También Liber/Arte se presentaba como un espacio de encuentro real de autores, editores y público.

El librero como agente necesario para mejorar las ventas de editoriales pequeñas fue interpelado por Salvador Pazos, a cargo de la gestión de Ada Korn, cuando destacó la importancia para el editor de realizar un seguimiento detenido, contar con un trato flexible y una relación directa con el librero. Esta ayuda era central porque permitía que la buena literatura fuera rentable a largo plazo, según opinaban desde la editorial.

La librería como espacio cultural fue también un lugar que abordó Juan Martín Guevara del Centro Cultura Nuestra América. En su intervención abogó por la difusión de la riqueza cultural latinoamericana por lo que apostó por "la integración armónica de una librería especializada, una muestra permanente de artesanía, una galería de arte y un auditorio con capacidad para albergar con comodidad a cien personas" (Guevara, 1989, p. 6) También hizo hincapié en la necesidad de desacralización del saber, utilizar los medios audiovisuales para generar preguntas que solo se responden en los libros

3.4 El contenido

El cliente de la librería, que interpeló a Vitali, afirmó que en la Argentina los libros que "pegaba[n] eran los libros de divulgación periodística o política, los de figuras políticas que quieren convencer al electorado, y demás". El carácter efímero de esa producción, no intervenía para el librero en la producción de "ideas de una manera profunda" sino el trabajo de intelectuales y docentes que realizaban un trabajo "silencioso y castigado", por lo que pedía a los editores y distribuidores que apuesten por a la producción de libros de larga duración y no fenómenos locales y de venta instantánea como los libros de políticos.

El diagnóstico de Vitali sobre el mercado editorial destacaba que los libros de alta rotación, de divulgación periodística o política, duran dos meses y "pueden ayudar a formar opiniones políticas o posturas electorales" pero que no llegan a generar conocimiento, a diferencia del "sigiloso y castigado trabajo de reflexión e investigación que realizan los intelectuales, los docentes, los investigadores y demás". Frente al *best seller* de alta rotación, el librero reclama a las editoriales para que apuesten a la larga duración porque hay "una

disposición a comprender que nuestro país es mucho menos apático y refractario al consumo de cultura de lo que se cree"

A la vuelta de la librería Gandhi, que en ese momento estaba sobre la calle Montevideo cerca de Corrientes, la librería Liber/Arte bajo el comando de Juano Villafañe escribió que la última dictadura dejó un "déficit en los fondos y catálogos y como necesidad político-cultural, ha permitido a la vez, aunque resulte paradojal, el surgimiento de una serie de editoriales que podríamos llamar alternativas, que se han propuesto cubrir el vacío teórico político e investigativo" vacante. Los libros locales de investigación y de teoría política argentinos fueron en parte editados por Legasa, bajo la gestión de Rubén Durán (1988). Este sello supo tener sus mejores ventas con títulos políticos y periodísticos. La única novela que publicó con buenas ventas fue *La novela de Perón* de Tomás Eloy Martínez, aunque el editor temía que frente al éxito de ventas de los ensayos políticos y periodísticos las novelas ocupen el espacio que tuvo en ventas la poesía, es decir de entusiasmo y tiradas bajas.

La novela tenía para Durán ventas lentísimas, frente a la alta rotación de los libros del momento que interpelaban el pasado reciente. Al apostar por la revitalización del mercado interno, Legasa seleccionó un catálogo de obras solo vendibles en el mercado local por lo cuál la exportación no era un destino. Ante las restricciones del proceso se esperaba que con el reverdecer democrático se visibilizaran "nuevos nombres y fenómenos inéditos; pues bien, por el contrario al nivel de la producción literaria las nuevas propuestas han sido escasas y no necesariamente enriquecedoras" y por otro lado, los medios de comunicación no brindan apoyo alguno a la difusión de la literatura.

Horacio Tarcus, editor de Imago Mundi, recordó que entre 1983 y 1987 hubo un *miniboom* del libro político, aunque menor que el esperado, se centró menos "en la teoría social que en la problemática nacional de los años setenta y de la transición posdictatorial" . Los libros que había en las librerías sobre teoría social eran escasos, provenían de Europa y llegaban con altos costos, por lo que se abría un espacio para la edición local. Tarcus pudo recopilar artículos de revistas académicas para editarlos en formato libro con el fin de "prestar un servicio al lector que no tiene acceso directo a las revistas especializadas en ciencias sociales, especialmente en lenguas extranjeras, recogiendo los principales artículos y debates de acuerdo con un criterio de selección temática" (Tarcus, 1990). En ese perfil de lector interesado por las traducciones y la literatura argentina de autores inéditos emergió el sello Ada Korn, que tenía una propuesta estética literaria en el que se conjugaba la sobriedad monocroma de las tapas con los planes de publicación que evitaban los

> productos de venta más o menos segura como libros de autoayuda, testimonios de actualidad política, infantiles o deliberados *best sellers.* En fin, nuestros libros, -generalmente de ficción narrativa- no se venden mucho y, en consecuencia, no constituyen un negocio demasiado atractivo para los distribuidores (Pazos, 1989, p. 7).

Por otro lado, de manera inusual la revista *Babel* tuvo una sección de literatura infantil bajo la gestión de Elena Massat, que en la década siguiente la desarrollaría en el suplemento literario *El Cronista Cultural* del diario *El Cronista Comercial*. La importancia sobre la literatura

infantil se evidenció cuando los directores convocaron a Pablo Medina (1989) para la sección que analizamos, por ser director de la librería La Nube y del Centro de Documentación e Información en Medios de Comunicación. Medina (1989) buscó comenzar historizar el campo de la literatura infantil para evitar "el olvido, la marginación y el desprecio por este género, [que] sin embargo cobra otro ritmo a partir de los años 50, de donde podemos establecer una literatura más constante" (p. 7), porque se consolidó el campo editorial. De manera firme, también reconoció que no se podía "estudiar nuestra literatura a partir de los años 60. Existe toda una producción muy escalonada desde 1810 y hasta 1880" que no fue tenida en cuenta en las narraciones sobre la historia de la literatura infantil.

4 CONCLUSIONES

> Libros en la crisis y en la cultura de la crisis. Realidad y deseo. Nostalgia del pasado como un imposible. Racionalización de la escepcis y de la confusión desde una supuesta nueva cultura de la pobreza; o sea, asumir que somos un país pobre, que el pasado del esplendor fue sólo eso: un esplendor, que debemos acostumbrarnos a la pobreza como fuente de inspiración e ingenio. El sentido solidario es el compartir lo que no se tiene. Misticismo e hipocresía a la vez. Creer por encima de todo. Mientras la soberanía de nuestra cultura se desvanece en el aire. ¿Se desvanece en el aire? ¿O se trata de una materialidad de articulaciones perversas con datos concretos y protagonistas reales? El libro y la lucha y de textos y contextos siguen siendo vigentes, como el trabajo del mundo editorial que resiste.
>
> Juano Villafañe (1989, p. 6)

El diagnóstico con el que se inauguró la sección recuperaba demandas históricas del sector editorial, y que ya habían sido puestas por escrito por Gregorio Weinberg en 1958 por lo que podría afirmarse que poco se había avanzado al respecto. El erudito y editor destacó que era necesario bajar los costos de producción, contar con acceso a créditos y al dólar oficial para la compra tanto de papel como de maquinarias para mejorar el parque industrial de las artes gráficas; por ejemplo al incorporar encuadernadoras automáticas como ya se utilizaban en México y España pero que en Argentina de finales de la década del cincuenta todavía no se habían implementado.

El final de la década del ochenta puede leerse como el cierre definitivo de una etapa, y con la certeza por parte de los actores del mercado editorial que no volverán a ocupar un rol predominante en la exportación de libros para América y España. Además de la tambaleante economía, las dificultades para la compra de derechos de traducción globales frente a mercados pujantes como el español fue una de las señales que indicó la despedida de Argentina del mercado extranjero como lo fue entre 1938 y 1955, en su época de oro, según la categorización de José Luis de Diego (2006).

El público había cambiado, buscaba ofertas antes que la novedad para saciar su curiosidad. El público era interno, ante la falta de posibilidad de exportar por cuestiones económicas como la compra de derechos de traducción, altos costos del papel y el atrasado

de las artes gráficas. Las librerías necesitaban generar nuevos espacios de encuentro para ampliar el tránsito en su interior, a la vez que generaban nuevas propuestas de ventas frente a otros espacios comerciales que incluían al libro entre sus mercancías. La literatura de alta rotación, los ensayos de investigación periodística en tiempos de la recuperación de la democracia habían ocupado el interés de los lectores. Los estudios y escritos académicos, así como las novelas de autores argentinos nóveles necesitaban de libreros para mantenerse en las mesas de exhibición.

El mundo del libro había cambiado y no sólo en Argentina. Umberto Collesei (2004) encontró que durante la década del noventa en Italia, los clientes disminuyeron la frecuencia con la que visitaban las librerías, buscaban gastar menos dinero, se redujo el promedio de la venta, aumentó la cantidad de títulos y se redujo la tirada. Cada vez más títulos pero menos ejemplares, al menos hasta que crezca su demanda.

Los años noventa, luego del proceso hiperinflacionario argentino, marcaron una instancia donde la concentración editorial y la emergencia de nuevas lógicas de mercado centradas en el mundo de la comunicación afianzó el diagnóstico de finales de los años ochenta para abrir las puertas a una nueva manera de pensar el libro y sus derivas.

REFERENCIAS

ANAJOVICH, D., & MORALES ÁLVAREZ, R. **Tráfico.** Una tribuna para los mercaderes. Babel: 1989, julio, v.10, n.6.

ASTUTTI, A. **Revista Babel:** Polémicas veladas y mercado. Rassegna iberistica, p. 99-100, 2013.

BOURDIEU, P. **Las reglas del arte:** Génesis y estructura del campo literario. Barcelona: Anagrama, 2011.

CAPARRÓS, M. Mientras Babel. **Cuadernos Hispanoamericanos**, La cultura argentina. De la dictadura a la democracia, p. 517-519, 1993.

CHARTIER, R. **Textos, impresos, lecturas.** In: Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna, Madrid: Alianza, p. 41-57, 1994.

COLLESEI, U. **Las estrategias de marketing.** In: BRUNETTI G., COLLESEI U., VESCOVI T., & SÓSTERO U., La librería como negocio. Economía y administración. México: Fondo de Cultura Económica, 2004.

CONDE DE BOECK, J. A. El affair Lamborghini: La circulación de Osvaldo Lamborghini en la revista Babel (1988-1991). **Revista de Filología y Lingüística de la Universidad de Costa Rica**, v.1, 2018.

DELGADO, V. **Babel: Revista de libros en los '80.** Una relectura. Orbis Tertius, p. 2-3. Recuperado de https://www.orbistertius.unlp.edu.ar/article/view/OTv01n02-03a16, 1996.

DIEGO, J. L. de. 1938-1955 La «época de oro» de la industria editorial. In: **Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000**. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2006.

DIVINSKY, D. **Tráfico.** Una tribuna para los mercaderes. Reivindicación del de libros. Babel, v. 3, n. 6, 1988.

DURÁN, R. **Tráfico.** Una tribuna para los mercaderes. Babel, v. 5, n. 6, 1988.

FEILLING, C. E. **El culto de San Cayetano.** Babel, v. 22, n. 7, 1991.

GARCÍA, H. **Tráfico.** Una tribuna para los mercaderes. La industria editorial. Una crisis más. Babel, v. 1, n. 6, 1988.

GUEVARA, J. M. **Tráfico.** Una tribuna para los mercaderes. Babel, v. 13, n. 6, 1989.

MAGGIO-RAMÍREZ, M. **El «exilio» aún vigente.** Trama & Texturas, v. 30, p. 39-49, 2016.

MEDINA, P. L. **Tráfico.** Una tribuna para los mercaderes. Babel, v. 12, n. 6, 1989.

NOVARO, M. **Historia de la Argentina:** 1955-2010. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, Fundación OSDE, 2010.

PATIÑO, R. **Revistas literarias y culturales argentinas de los 80:** Usinas para pensar una época. Ínsula, p. 715-716. Recuperado de https://www.insula.es/sites/default/files/articulos_muestra/INSULA%20715-716.htm, 2006.

PAZOS, S. **Tráfico.** Una tribuna para los mercaderes. Babel, v. 6, n. 6. 1989.

POBLET, P. **Tráfico.** Una tribuna para los mercaderes. Babel, v. 4, n. 6. 1988.

REDONDO, V. A. F. **Tráfico.** Una tribuna para los mercaderes. Babel, v. 7, n. 6. 1989.

RETES, J. L. **Tráfico.** Una tribuna para los mercaderes. Babel, v. 9, n. 6, 1989.

RODRÍGUEZ CARRANZA, L. **Discursos literarios, prácticas sociales**. Babel, revista de libros, 1988-1991. Hispamérica: revista de literatura, v. 61, p. 23-40, 1992.

SCHAVELZON, G. **Lector in mundo**. Babel, v. 2, n. 33, 1988.

SUCESOS ARGENTINOS. **Editores capeando el temporal**. Babel, v. 10, n. 7, 1989.

TARCUS, H. **Tráfico.** Una tribuna para los mercaderes. Babel, v. 14, n. 6, 1990.

VERGARA, T. **Tráfico.** Una tribuna para los mercaderes. Babel, v. 8, n. 6, 1989.

VILLAFAÑE, J. **Tráfico.** Una tribuna para los mercaderes. Babel, v. 11, n. 6, 1989.

VITALI, E. **Tráfico.** Una tribuna para los mercaderes. Parábola de un optimista. Babel, v. 2, n. 6, 1988.

WEINBERG, G. El libro argentino y sus problemas. In: WEINBERG P. D. **Escritos sobre el libro y la edición en América Latina**. Ciudad autónoma de Buenos Aires: CLACSO: UNIPE: Editorial Universitaria, p. 87-10, 2020.

CONTRIBUIÇÃO DO AUTOR

1 - Matias Maggio-Ramírez

Universidad Nacional de Tres de Febrero, Sáenz Penã, Provincia de Buenos Aires, Argentina
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-1106-1381
Email: mmramirez@untref.edu.ar